Proceso de Validación del Mercado

1. Describir el producto/servicio
2. Decidir qué preguntar
3. Identificar los expertos
4. Conducir las entrevistas
5. Analizar el feedback





Proceso de Validación del Mercado

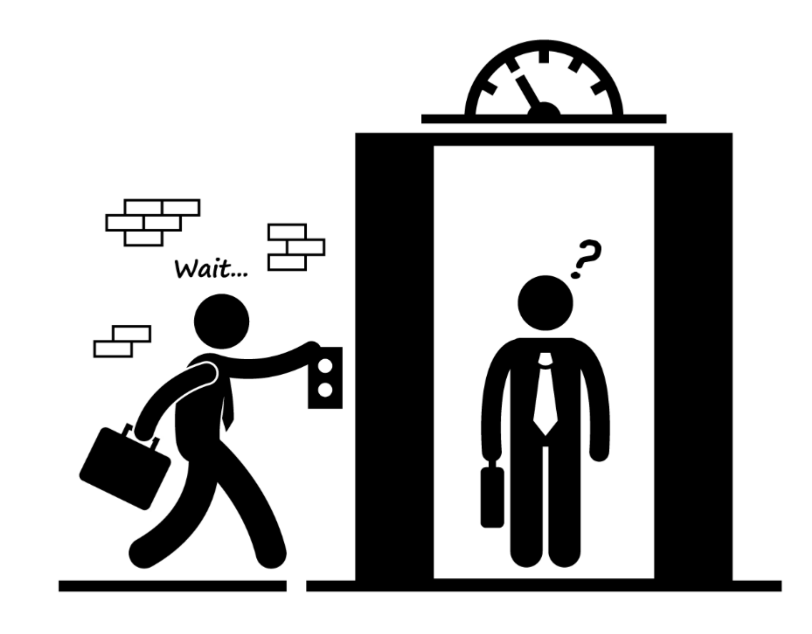
1. Describir el producto/servicio
2. Decidir qué preguntar
3. Identificar los expertos
4. Conducir las entrevistas
5. Analizar el feedback





1. Describir el producto/servicio

- *Elevator Pitch*:
  - Problema que resuelve
  - Propuesta de valor
  - Producto o servicio
  - Cliente







Proceso de Validación del Mercado

1. Describir el producto/servicio
2. Decidir qué preguntar
3. Identificar los expertos
4. Conducir las entrevistas
5. Analizar el feedback





2. Decidir qué preguntar

- Preparar buenas preguntas para obtener el feedback necesario para tomar decisiones
- Hacer preguntas abiertas y realistas
- Esperar respuestas negativas para poder trabajar en ajustes al producto





Preguntas sobre el producto

Comprender cómo el producto resuelve problemas reales. Algunos ejemplos:

¿Cree que el producto atiende a un problema existente que el mercado percibe?

¿Usted cree que el problema que este producto resuelve se percibe como un gran problema? ¿Para quién?





Preguntas sobre el producto

Más ejemplos:

¿Qué tipos de procesos industriales o comerciales se puede usar en este producto?

¿Cuáles son las soluciones actuales que resuelven el mismo problema? ¿Tiene algún problema la solución actual?





Preguntas sobre la decisión de compra

Identificar criterios para seleccionar un producto. Algunos ejemplos:

¿Cómo selecciona un nuevo producto?

¿Qué esperaría recibir junto con el producto?¿asesorías?





Preguntas sobre la decisión de compra

Más ejemplos:

¿Qué esperaría recibir después de la compra del producto? ¿soporte técnico, consultorías, mantenimiento?

¿Cuál sería un precio apropiado para este producto?





Preguntas sobre el mercado

Mientras más se conoce el mercado, más acertada es la estrategia.

Algunos ejemplos:

¿Cuál es el tamaño del mercado? ¿Hay datos publicados al respecto?

¿Quién usará el producto?

¿El mercado está consolidado o fragmentado?





Preguntas sobre el mercado

Más ejemplos:

¿Es altamente competitiva?

¿Es una industria conservadora o innovadora?





Preguntas sobre competencia

Reconocer quienes son los competidores para lograr posicionar exitosamente el producto . Algunos ejemplos:

De las características descritas del producto ¿Parecería ser único e innovador?

¿Conoce alguna invención similar o sabe si se está desarrollando alguna?





Preguntas sobre competencia

Más ejemplos:

¿Que tan costosas son las soluciones actuales?

¿Qué productos similares en el mercado están resolviendo el problema?¿Cómo lo hacen?¿Quiénes lo fabrican?





Preguntas sobre comercialización

Asegurarse de qué está sucediendo en la industria y que podría afectar la comercialización del producto. Algunos ejemplos:

¿Cuáles son los desafíos que podría tener este producto en cuanto a comercialización?

¿Cuál sería la clave que determinaría la comercialización exitosa de este producto?







Preguntar por referidos

Ampliar red de contactos para obtener más detalles. Algunos ejemplos:

¿Quiénes serían los líderes de esta categoría de producto ?

¿Cuáles son las principales asociaciones relacionadas a este producto?

¿Se le viene a la mente alguna persona de esta industria con la que podríamos hablar?



Proceso de Validación del Mercado

1. Describir el producto/servicio
2. Decidir qué preguntar/ser
3. Identificar los expertos
4. Conducir las entrevistas
5. Analizar el feedback





3. Identificar los expertos

- Personas con experiencia y amplios conocimientos con respecto al producto o servicio en cuanto a:
  - Tecnología
  - Producto
  - Industria y mercado
- Es importante hacer las preguntas así conozcamos las respuestas. Esto es validar.





Expertos: ¿Con quién debería hablar?

Experto tecnológico – Valida si la tecnología es viable y da un *insight* de lo que ocurre en su campo.









Expertos tecnológicos

¿Quiénes son?

Investigadores/Profesores

Expertos en la industria relacionada al producto

Conocedores de la tecnología en la industria

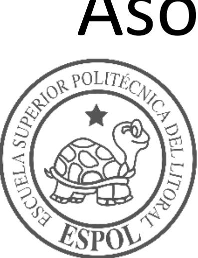
¿Dónde encontrarlos?



Universidad

Conferencias

Asociaciones de profesionales





Expertos: ¿Con quién debería hablar?



Experto de producto

Valida que atributos debe tener el producto para comprarlo, no es necesariamente el tomador de decisiones

[Cliente vs Usuario].





Experto de producto

¿Quiénes son?

Potenciales compradores

Influenciadores de la compra

Usuarios finales del producto

Tomadores de decisiones de compra





Experto de producto

¿Dónde encontrarlos?


En el canal de venta


Foros en línea sobre el problema que resuelve / productos similares

Afuera en el mundo real!!!





Expertos: ¿Con quién debería hablar?

Experto en Industria y Mercado– Ayuda a entender las expectativas de manufactura, distribución y marketing.







Expertos de Industria y Mercado

¿Quiénes son?

Competidores

Consultores

Socios de marketing y ventas

Socios de manufactura

Socios de distribución

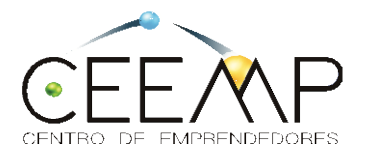


¿Dónde encontrarlos?

Asociaciones profesionales e industriales

Conferencias





Proceso de Validación del Mercado

1. Describir el producto/servicio
2. Decidir qué preguntar/ser
3. Identificar los expertos
4. Conducir las entrevistas
5. Analizar el feedback





¿Cómo hacer las entrevistas?

Face to Face

- Sacar una cita
- Asistir puntualmente
- Grabar



Es importante indicar cuanto tiempo le tomará la entrevista.





¿Cómo hacer las entrevistas?



Vía telefónica

- Contactar al experto
- Consultar si está disponible o sacar cita para segunda llamada
- Grabar si es posible

Es importante indicar cuanto tiempo le tomará la entrevista.





Proceso de Validación del Mercado

1. Describir el producto/servicio
2. Decidir qué preguntar/ser
3. Identificar los expertos
4. Conducir las entrevistas
5. Analizar el feedback





5. Analizar el feedback

- Analizar que características deben ser modificadas para mejorar el producto o servicio.
- Definir prioridad y factibilidad de realizar los cambios que indicaron los expertos (en el modelo de negocio o en el producto/servicio)





¡Importante!

Construir relaciones a largo plazo para futuras consultas.

Descubrir temas que no se estaban tomando en cuenta.

Prepararse para la entrevista con anticipación.

¡Importante!

Hacer preguntas abiertas usando: Qué, cómo, por qué, cuándo, dónde.

Parafrasear y resumir las respuestas a ver si hemos comprendido bien al entrevistado.

Llevar información investigada que necesitemos corroborar con el experto.

TAREA



Entrevistas a Expertos

- Hacer un cuestionario para cada tipo de experto (Tecnológico, de producto, de industria y mercado)
- Hacer un listado de expertos por área
- Realizar las entrevistas (al menos 2 por integrante)
  - Asegurarse de incluir expertos de las 3 áreas
  - Llenar la sección “Entrevistas” en la pestaña “Inv Primaria” en TEAMS



